https://seniales.blogspot.com/2023/01/la-interactividad-de-algunas-radios-con.html

martes, 10 de enero de 2023

La interactividad de algunas radios con los jóvenes

Las alumnas de 3er. año Antonella Imhoff y Candela Muriel realizaron una investigación académica sobre "La radio y los jóvenes" en la cátedra: Periodismo radiofónico de la Licenciatura en Comunicación Social de la Universidad Católica de Santiago del Estero (UCSE) Departamento Académico Rafaela (DAR), a cargo del docente Emilio Grande (h.).

Marco Metodológico
Área temática: Periodismo Radiofónico.

Tema: La interactividad en algunas radios de Rafaela con los jóvenes.

Pregunta problema: ¿Los jóvenes interactúan con las radios? ¿De qué forma? ¿Las radios les dan espacio a los jóvenes?

Objetivo general: Identificar de qué modo los jóvenes escuchan radio y el papel que juegan las redes sociales en la nueva forma de hacer radio.

Objetivos específicos:

- Descubrir si los jóvenes le prestan atención a la radio y de qué forma.
- Detectar si las radios se actualizan a las nuevas plataformas tecnológicas.
- Analizar de qué manera la radio se reinventa para llegar a las nuevas generaciones, si es que tienen este objetivo.
- Observar con qué frecuencia los jóvenes se dedican a escuchar radio.
- Brindar información a través del marco teórico a las radios para que le den espacio a los jóvenes.

Técnicas de recolección de datos:

- Selección de radios de la ciudad de Rafaela: Radio ADN FM 97.9, FM Nexo 107.1, MQC Radio FM 106.3, Radio La Voz FM 100.9.
- Entrevistas a los responsables de las radios nombradas.
- Encuestas por formularios de Google a jóvenes y estudiantes universitarios.
- Investigación de autores de libros y de internet para cumplir con el objetivo teórico.
- Grupo etario: Mujeres y hombres jóvenes entre 18 y 25 años.

Marco Teórico
La presente investigación plantea cuál es la relación entre los jóvenes con algunas radios, también pretende ver cómo es la interactividad con relación a las redes sociales en estas emisoras. El principal objetivo es ver si la radio forma parte o no de la vida diaria de los jóvenes que trabajan o estudian una carrera universitaria dentro de un marco de edad que abarca de los 18 a los 25 años. Así mismo se busca ver si las emisoras, por su parte buscan generar interacción con un público de estas características.
A simple vista podríamos llegar a la conclusión rápida de que la juventud se mantiene alejada completamente de los medios masivos, que el diario, la radio y la televisión están completamente

fuera de su rutina diaria. Este pensamiento podría fundamentarse con la aparición de las redes sociales que han llegado a abarcar varios aspectos de los medios de masas, aunque todavía no hayan podido hacerlo en su totalidad.
Por su parte, la radio, que es el objeto principal de estudio de esta investigación, ha pasado por varios cambios tecnológicos que han amenazado con perder el protagonismo mediático. Ninguno de ellos con éxito. Primero la televisión, luego internet y posteriormente las redes sociales se presentaron como amenazas fuertes ante la radiofonía, pero existe un elemento que hace única a la radio que lleva a que lejos de disminuir, el número de emisoras se incremente.
Eso se debe a que la radio ha logrado adaptarse y complementarse a los avances tecnológicos mencionados. De la televisión tomó el poder acompañar donde esta no podía como por ejemplo, en el auto; o el funcionar como compañía y no como distracción en lugares de trabajo, como talleres mecánico u oficinas.
De internet aprovechó para instalar emisoras en la web, para que aquel que no tuviera un aparato de radio, pero sí una computadora pudiera escuchar sin problemas. Esto condujo a la fusión de dos mundos, lo cual dio por resultado tres ventajas de esta unión, según relata Mariano Cebrián Herreros en su libro “La radio en internet” (2008). La primera es que nos da un mejor acceso, ya que podemos escuchar emisoras de cualquier lugar del mundo, lo que a su vez nos da una oferta más variada de emisoras y como mencionábamos anteriormente un mayor acceso.
Esta primera aproximación a lo que hoy conocemos como radio, fue la primera vez que la radiodifusión tuvo que inducirse en un campo completamente nuevo y desconocido para constituir la comunicación de masas.

> “La radio abre una nueva vía de expansión… se escucha, se ve, se interviene por escrito y oralmente, se participa, se chatea”. (Cebrián Herreros, 2008: 25).

Con las redes sociales tuvo que cambiar un poco su formato, porque el público ya no era tan amplio como en otras épocas, el poder elegir qué consumir y cuando hacerlo se volvió una característica muy popular. “*(…) uno de los principales problemas con los que se encuentran hoy los responsables de contenidos y de organización de los recursos humanos de los medios convencionales es el de traducir la conectividad tecnológica real entre soportes provocada por la revolución digital en gestión optimizada de contenidos audiovisuales aptos para ser consumidos por oyentes con diferentes habilidades y posibilidades de acceso a tecnologías de la comunicación”. (Ortiz Sobrino, López Vidales, 2011: 225).*
Es así como la radio empieza a tomar un formato audiovisual, llega a plataformas nuevas como Spotify o cambia un poco su formato para convertirse en un podcast. Así mismo, para seguir viva en la juventud, la programación ha sido levemente alterada, dando lugar a nuevos programas de radio un tanto alejados del formato clásico.

Convergencia mediática, cultura participativa e inteligencia colectiva
En la actualidad podemos reflexionar sobre la cultura de la convergencia, donde chocan los viejos y los nuevos medios, donde los medios populares se entrecruzan con los corporativos, donde el poder del productor y el consumidor mediáticos interaccionan de maneras impredecibles. Esto primero nos ayuda en nuestra investigación, ya que, la misma está dirigida a la relación entre el medio, en este caso la radio, y la audiencia joven.
Henry Jenkins brinda tres conceptos muy interesantes en su libro"La Cultura de la Convergencia de los Medios de Comunicación"(2006): convergencia mediática, cultura participativa e inteligencia colectiva. Con convergencia se refiere al flujo de contenido a través de múltiples plataformas

mediáticas, la cooperación entre múltiples industrias mediáticas y el comportamiento migratorio de las audiencias mediáticas, dispuestas a ir casi a cualquier parte en busca del tipo deseado de experiencias de entretenimiento.

> "«Convergencia» es una palabra que logra describir los cambios tecnológicos, industriales, culturales y sociales en función de quienes hablen y de aquello a lo que crean estar refiriéndose."(Jenkins, 2006: 14).

En el mundo de la convergencia mediática, se cuentan todas las historias importantes, se venden todas las marcas y se atrae a todos los consumidores a través de múltiples plataformas mediáticas. Esta circulación de los contenidos mediáticos (a través de diferentes sistemas mediáticos, economías mediáticas en competencia y fronteras nacionales) depende enormemente de la participación de los consumidores. Jenkins afirma que la convergencia representa un cambio cultural, toda vez que se anima a los consumidores a buscar nueva información y establecer conexiones entre contenidos mediáticos dispersos.

Por otro lado, el autor dialoga sobre el concepto «cultura participativa» que nos ayudará bastante en nuestro camino hacia el entendimiento de la interacción entre la radio y los jóvenes. La misma contrasta con nociones más antiguas del espectador mediático pasivo.

"Más que hablar de productores y consumidores mediáticos como si desempeñasen roles separados, podríamos verlos hoy como participantes que interaccionan conforme a un nuevo conjunto de reglas que ninguno de nosotros comprende del todo."(Jenkins, 2006: 15).

Este autor sigue explicando que no todos los participantes son creados iguales. Las corporaciones, e incluso los individuos dentro de los medios corporativos, ejercen todavía un poder superior al de cualquier consumidor individual o incluso al del conjunto de consumidores. Y unos consumidores poseen mayores capacidades que otros para participar en esta cultura emergente.

La convergencia no tiene lugar mediante aparatos mediáticos, por sofisticados que éstos puedan llegar a ser. La convergencia se produce en el cerebro de los consumidores individuales y mediante sus interacciones sociales con otros, explica el autor.

El consumo se ha convertido en un proceso colectivo, y a eso se refiere Jenkins, «inteligencia colectiva», un término acuñado por el teórico cibernético francés Pierre Lévy (2004). Se refiere a que ninguno de nosotros puede saberlo todo; cada uno de nosotros sabe algo; y podemos juntar las piezas si compartimos nuestros recursos y combinamos nuestras habilidades.

La inteligencia colectiva puede verse como una fuente alternativa de poder mediático dice el escritor Lévy. Y hace alusión a que estamos aprendiendo a usar ese poder mediante nuestras interacciones cotidianas en el seno de la cultura de la convergencia. Ahora mismo estamos empleando este poder colectivo principalmente a través de nuestra vida recreativa.

La creación colectiva de significados dentro de la cultura popular está empezando a cambiar los modos de operar de la religión, la educación, el derecho, la política, la publicidad e incluso el mundo militar, asegura el autor. Las industrias mediáticas están experimentando otro cambio de paradigma.

Nicholas Negroponte (1990) establecía un contraste entre"viejos medios pasivos"y"nuevos medios interactivos"prediciendo el colapso de la televisión y la radiodifusión en favor de una era de difusión limitada y selectiva y medios especializados en función de la demanda.

En ocasiones, las nuevas empresas mediáticas han hablado de la convergencia, pero con este término parecían querer decir que los viejos medios serían absorbidos por completo en la órbita de las tecnologías emergentes.

Convergencia como fuerza de cambio
Por otro lado, Sola Pool como el profeta de la convergencia mediática en su libro Technologies off Freedom (1983), propuso el concepto de «convergencia» como una fuerza de cambio en el seno de las industrias mediáticas.
Ciertas tecnologías de la comunicación promueven más diversidad y un mayor grado de participación que otras:"La libertad se fomenta cuando los medios de comunicación se hallan dispersos, descentralizados y fácilmente accesibles, como sucede con las prensas o los microordenadores. El control central es más probable cuando los medios de comunicación están concentrados, monopolizados y son escasos, como ocurre con las grandes cadenas". (Sola Pool, 1983: 22)
Sin embargo, diversas fuerzas han comenzado a derribar los muros que se paran estos diferentes medios. Las nuevas tecnologías mediáticas han hecho posible que el mismo contenido fluya por canales muy diferentes y asuma formas muy diversas en el punto de recepción, asegura Jenkins (2006).
Según Pool, la convergencia no implica la estabilidad o la unidad definitivas. Opera como una constante fuerza de unificación, más siempre en tensión dinámica con el cambio."No existe una ley inmutable de la convergencia creciente; el proceso de cambio es algo más complicado"(1983: 22).
Jenkins (2006) tiene como objetivo que la gente corriente pueda entender cómo está influyendo la convergencia en los medios que consumen y, al mismo tiempo, busca ayudar a los líderes de la industria y a los responsables políticos a comprender las perspectivas de los consumidores sobre estos cambios.

Introducción
A lo largo de la historia la radio ha cambiado mucho, no es la misma que comenzó allá el 27 de agosto de 1920, cuando “Los locos de la azotea” comenzaron con este medio sin darse cuenta del impacto que generaría no sólo en la Argentina sino en el mundo. La radio para muchos es compañía, es informarse, entretenerse y poder opinar sobre los temas que están tratando.
Hoy la radio no es la misma que hace 100 años, hoy no solo se escucha, también podemos ver quiénes son esas personas que nos acompañan cada mañana, tarde y noche, además de seguirla por todas sus plataformas de internet. Pero desde nuestra perspectiva observamos que el público joven sigue a la radio, pero desde otras formas y esta investigación busca analizar esas nuevas formas y ver si realmente las radios les dan espacio a los jóvenes.
Con esta investigación intentamos averiguar cómo van avanzando en cuanto a la tecnología, en cuanto a interacción y ver en qué posición tienen al público joven en algunas de las radios de Rafaela; por eso nuestro acercamiento a las radios que hoy tenemos en nuestra ciudad.
Decidimos que la mejor manera de saber un poco más, de interiorizarnos, era conversando directamente con los jóvenes a través de internet, para adaptarnos a su realidad. Por lo tanto, nos contactamos con ellos a través de cuestionarios webs. Y con las radios a través de redes sociales, específicamente a través de WhatsApp e Instagram. Previamente, seleccionamos a algunos dirigentes de radios de los cuales nos parecía apropiado tener su palabra: Radio ADN FM 97.9, FM Nexo 107.1, MQC Radio FM 106.3, Radio La Voz FM 100.9.

Desarrollo
En esta parte de la investigación desarrollaremos lo brindado por parte de las radios seleccionadas: Radio ADN FM 97.9, FM Nexo 107.1, MQC Radio FM 106.3, Radio La Voz FM 100.9 y, por otro

lado, las respuestas de los jóvenes en relación con el mundo radial a través de una encuesta con 108 casos.
Anteriormente realizamos algunas preguntas que fueron base para que esta investigación se lleve adelante y podamos darle respuesta a esta incógnita sobre la interacción. Para eso algunas radios de Rafaela nos contaron su perspectiva y los jóvenes nos compartieron de qué forma conviven con las radios y qué relación tienen, y así llegar a comprender si existe la interacción o no.
Para eso debemos tener en cuenta que las radios seleccionadas se las pensó con una intención, ya que, desde lo cotidiano en la ciudad reconocemos que son emisoras que tienen algún tipo de relación con el público joven.
Las preguntas que realizamos a los representantes de cada radio son las siguientes:

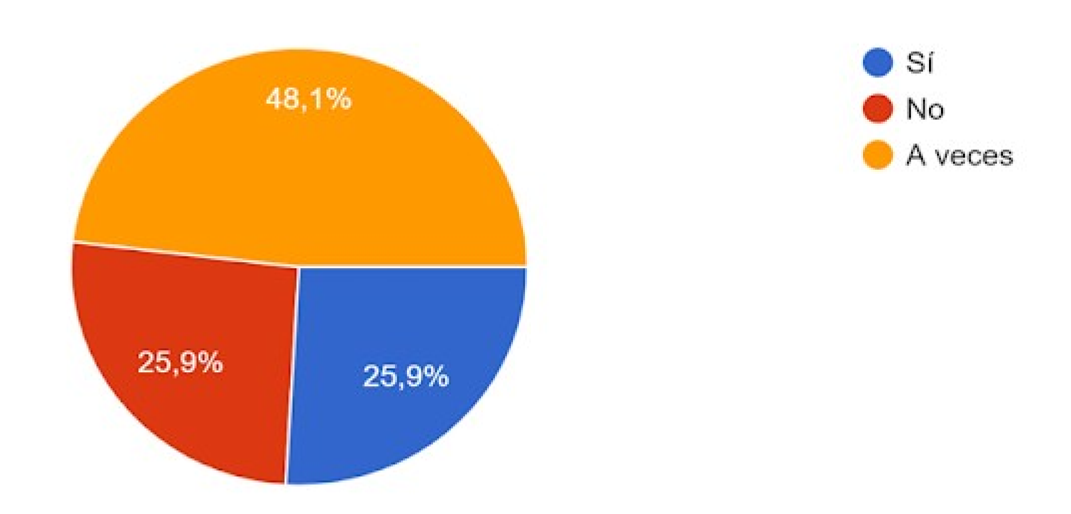
- ¿Cuáles son las características de su radio: informativa, musical, de entretenimiento, de política, etc.? ¿Qué hacen para que sea una radio de ese estilo?
- ¿Con qué público tiene más contacto su radio: gente mayor, adulta, jóvenes, niños?
- ¿Unos de los objetivos de la radio es llegar a los jóvenes? Si lo es, ¿de qué manera?
- ¿Consideran que es una radio que se actualiza a las nuevas plataformas tecnológicas? ¿De qué manera?
- ¿Utilizan a las redes para contactarse con los jóvenes? ¿Cómo es su interacción y de qué manera? ¿Qué redes sociales utilizan?
- ¿Qué respuestas reciben de parte de los jóvenes? ¿Creen tener un público joven activo?
- ¿Piensan que los jóvenes siguen escuchando la radio en este siglo?
- ¿Cómo creen que puede mejorar la comunicación e interacción entre las nuevas generaciones y la radio? ¿Consideran que su radio se reinventa para llegar a este público o no es algo a lo que le prestan atención?

Vía WhatsApp nos comunicamos con Lucas Schiavi que nos habló acerca de la Radio ADN FM 97.9. Poniéndonos en contexto sobre que radio es dijo que"la característica de esta es de información general con notas políticas". Donde contiene noticieros cada media hora de noticias locales, nacionales, internacionales."Se produce el programa buscando a los entrevistados y organización del programa".
En relación con el público especificó que por la mañana predomina"un público general"y por la tarde bajan la señal de la ronda vida, es una red de emisoras que retransmiten parcialmente la señal de FM Vida, el mismo dial 97.9, en este caso explicaba Schiavi que existe un público más joven.
Por otro lado, explicó que"el objetivo de la radio es llegar a todo grupo de gente".
Como estrategia para seguir con el ritmo de las redes sociales, Lucas contó que consideran importante sumar personas capacitadas en redes sociales y páginas webs, confiando que eso ayuda a crecer a la radio.
En Radio ADN, Schiavi confirmó que las redes sociales que más utilizan son Instagram, Facebook y Twitter. Otra afirmación fue que a través de ellas interactúan con todo el público con sorteos y consignas. También explicó que mucha gente participa y opina. Específicamente hablando de la audiencia joven, consideran que es un público muy activo.
Finalizó diciendo:"Creemos que los jóvenes en este siglo escuchan radio por la música, para disfrutar, más que la información o las notas políticas".
Por otro lado, nos contactamos con Luciana Carignano representante de Radio FM Nexo 107.1 donde nos compartía que se trata de una radio de"entretenimiento y musical. No política. No religión. No malas noticias."Además, explicó que para lograr el estilo mencionado interactúan con los oyentes a través de varios sorteos.

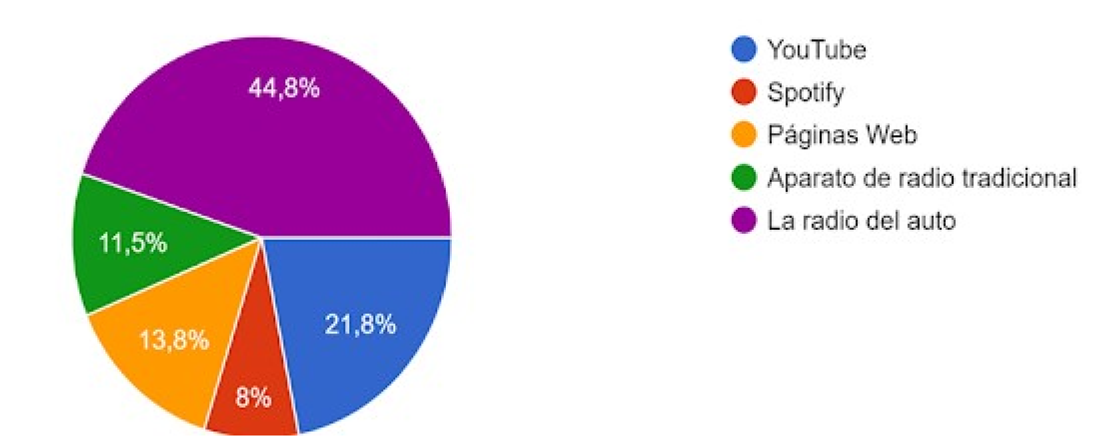
Según Carignano, FM Nexo trabaja con todo tipo de público, incluyendo a niños, adultos y jóvenes. Llegan de una manera espacial a los jóvenes por medio de las redes sociales. Utilizan Instagram, Twitter y streaming, pronto estarán en vivo desde la TV.
"Somos una radio diferente, nos actualizamos día a día", expresó en uno de sus mensajes Luciana Carignano. La misma aclaró que los jóvenes se suman positivamente a las propuestas en las redes sociales y que se mantienen activos.
"Creemos que los jóvenes cada vez escuchan más radio", contestó Luciana. ”Somos una radio joven con toda la intención de llegar en cada tema que tocamos, en llegar desde los niños a los más adultos", concluyó la locutora.
Mientras tanto, seguimos la conversación con Lucas Schiavi, quien es el nuevo responsable hace más de dos años de la radio MQC FM 106.3.
Lo que caracteriza a MQC, es que, pasan solamente música, sin cortes. Se dedican a los clásicos de rock y pop, no pasan reggaetón.
"Si se tiene muchísima más llegada al público joven", dijo Lucas. Lo comprueban porque la gente se los comenta a través de los comercios con los que trabajan."Hoy nos enteramos solamente por la boca en boca". Explicó que la emisora está todo el día reproduciéndose en diversos locales.
Años anteriores utilizaban Twitter, Instagram y Facebook, pero hoy en día no utilizan las redes sociales. Su mayor interacción con el público es personalmente y por lo que se dice en la calle.
Por último, nos contactamos con Abril Barbieri, encargada de Radio La Voz FM 100.9. La misma nos informó, que la radio tiene como característica ser musical y de entretenimiento, con intención de informar noticias subliminalmente.
"Tratamos de informarle a la gente lo que pasa día a día, informarlos de una manera entretenida, para que el programa no sea tan pesado", explicó Barbieri. Y aclaró:"Hablamos de todos los temas, obviamente, sin perder la esencia del entretenimiento, de lo musical".
Abril compartió que la radio no tiene un público específico, que es bastante variado."Por lo general la gente adulta nos escucha a la mañana cuando está trabajando, los niños los fines de semana o cuando entran o salen de la escuela y los mayores siempre nos cuentan lo que están haciendo".
Una de las frases que dijo Barbieri:"Estamos muy conectados con la gente". Remarcó que el objetivo es llegar a toda la gente, y que en eso los jóvenes sobresalen porque traen esas ocurrencias, nuevos pensamientos que enriquecen a la radio."Los jóvenes le dan el toque a la radio"dijo la encargada de la radio La Voz.
En relación con los nuevos artefactos tecnológicos, Radio La Voz se actualiza constantemente. Barbieri fundamentó su respuesta diciendo que obligatoriamente buscan nuevos recursos tecnológicos para llegar más lejos. Las últimas adquisiciones de equipos de música, micrófonos, consolas y auriculares fueron comprados en Italia.
"Las redes sociales son la verdad que todos conocemos, hoy en día son fundamentales para promocionar un negocio, un emprendimiento", dijo Abril Barbieri. Radio La Voz trabaja en equipo con las redes sociales Instagram, Facebook"y fundamentalmente WhatsApp", donde hacen muchas preguntas y la gente les responde, mientras que reciben varios mensajes, asegura la locutora. También aclaró que toman como red social su página web.
De esta manera, Barbieri expone la relación de los jóvenes y Radio La voz:"Parecería raro, pero con todas las aplicaciones nuevas que hay de YouTube, Spotify y demás, parecería que la radio es la última opción para los jóvenes, pero en nuestro caso no. Nos damos cuenta de que escuchan e interactúan mucho con la radio cuando no solo cuando nos piden los temas que quieren escuchar, sino también cuando necesitan un anuncio de trabajo o de un nuevo hogar. Es un mito que los jóvenes ya no escuchan radio, en nuestro caso, nos siguen mucho".

Finalmente, Abril compartía que para no perder el público joven, están constantemente atentos a ellos, haciendo juegos, sorteos."Estamos siempre ahí peleándola para no perder a este público tan importante, como los jóvenes".

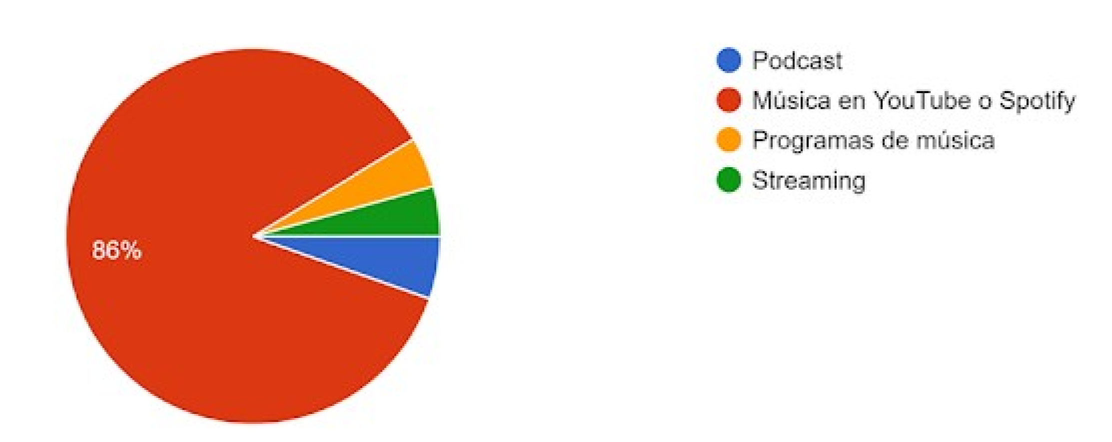
Punto de vista de los jóvenes
Luego de obtener las diversas perspectivas de las cuatro radios seleccionadas, alguna de las más relacionadas con el público joven, pasamos a las respuestas por parte de los jóvenes, que completaron un formulario a modo de encuesta, comenzando por:



En esta primera pregunta introductoria, la creamos como base para comprobar si los jóvenes realmente escuchan radio o no, a lo que pudimos observar que la mayoría escucha radio esporádicamente, es decir"a veces"(48,1%). Mientras que por un lado el 25,9% respondió que"sí"escucha radio y el 25,9% dijo que"no"escucha. Uno de de cada cuatro encuestados escucha habitualmente una emisora.

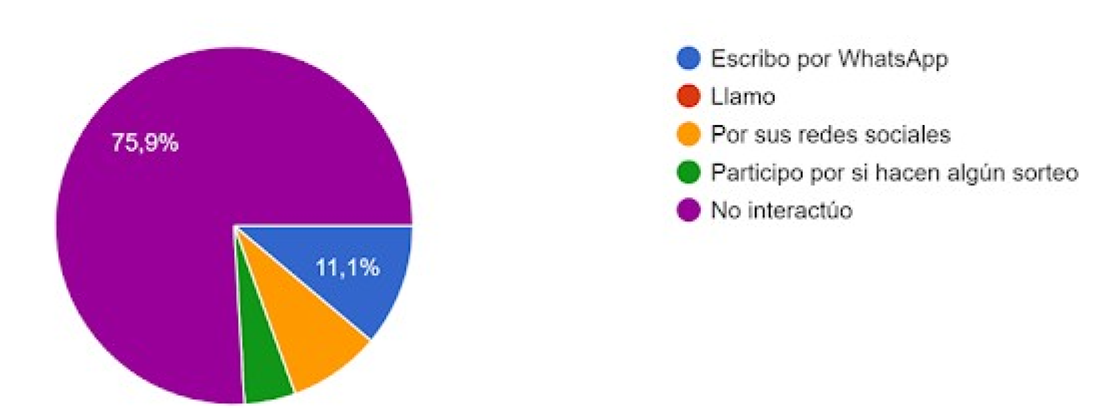


En el segundo gráfico expuesto observamos y comprobamos que la mayoría escucha radio en el auto (44,8%), mientras que el 21,8% de YouTube, el 13,8% de las páginas web, el 11,5% del aparato de radio tradicional y el 8% de Spotify.



Por otro lado, quisimos darle espacio aquellas personas que por algún motivo no frecuentan tanto la radio y utilizan otros tipos de plataformas digitales para escuchar música u otros programas, por eso hicimos este tercer planteamiento. Examinamos que el 86% de los encuestados opta escuchar música desde YouTube o Spotify. Mientras que el 5,4% reproduce podcasts, el 4,3% frecuenta programas de música y el otro 4,3% observa y oye desde streaming.

¿Interactúas con la radio? ¿De qué manera?
108 respuestas



En estas respuestas dimos cuenta que en general los jóvenes no interactúan con las radios el 75,9% votó directamente en negativo. Por otro lado, el 11,1% marcó que, si interactúa, escribiendo por WhatsApp, el otro 8,3% interactúa por las distintas redes sociales que ofrece la radio y por último 4,6% votó por"participo por si hacen algún sorteo".

Una de las preguntas que había en el cuestionario era: *¿Crees que las radios les dan espacio a los jóvenes?* Fundamenta y explica por qué.Y algunas de las respuestas anónimas fueron:

–"Pero de ser que no le den el espacio, deberían de darle para que no se pierda…Y de ese modo llegue a personas de nuestra edad."

–"Sí, totalmente. El formato streaming que adquieren las radios lo permite y facilita aún más. Desde el formato radio/aparato a como conocemos las radios hoy, se le dio participación. Pero hoy en día es mucho más fácil y dinámico. Por suerte jaja. Videos, audios, fotos, todo en un segundo y si pasa el filtro sale en vivo al instante."

–"Los medios son para comunicar, la radio está quedando “vieja” y tal vez la radio no sea el medio ideal para trasmitir mensajes de jóvenes para jóvenes. Dicho esto, considero que, si se da espacio, pero que no se utiliza debido a la existencia de medios más actuales."

–"Las emisoras dan espacio a los jóvenes cuando estos traen a colación temas que se adapten a los intereses de la emisora en cuestión. Por ejemplo, ciertas emisoras aceptan con facilidad a los jóvenes cuando éstos van a hablar de cuestiones políticas del momento, como criticar a algún partido político. Pero cuando se tratan de temáticas que no atraen a muchos oyentes, como la salud mental de los jóvenes, considero que las emisoras no suelen aceptar tan fácilmente su tratamiento."

–"Creo que no porque hasta donde sé, no es muy común ver a jóvenes apareciendo en la radio."

–"Dependiendo la finalidad del programa creo que se les brinda espacio a los jóvenes".

–"No es algo que se difunda mucho porque cuesta a que los jóvenes usen ese tipo de medio de comunicación. Hoy todas las noticias que vemos son publicadas en portales y sitios oficiales o en sus respectivas redes sociales.".

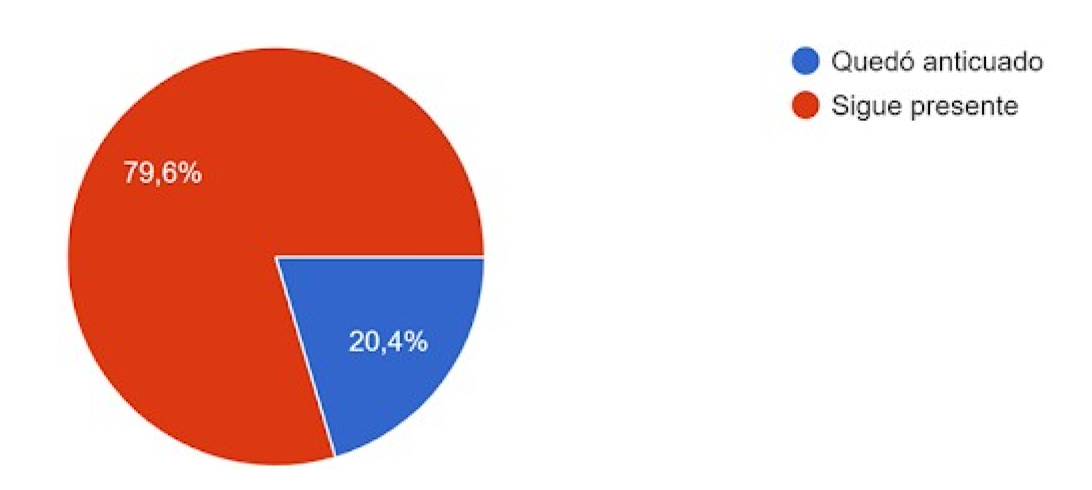
–"Yo creo que la radio si les da espacio a los jóvenes, solo que los mismos no optamos por utilizarlos ya que estamos más enfocados en otras redes como Twitter, Instagram etc."

–"Sí, porque hacen trivias (juegos) de artistas actuales y ofrecen premios relacionados a ellos."

–"Dependiendo la radio. Programas más actuales sí, creo que los programas tradicionales que ya tienen piso no les importa mucho. En cambio, productores y conductores que fueron surgiendo en

estos últimos años, considero que, si dan el espacio de una manera respetuosa, buscando el diálogo sin la necesidad de menospreciar."
–"Las tradicionales no. Las nuevas x streaming si, tienen más llegada a público joven".
De las 108 respuestas, estas fueron algunas elegidas para que quede plasmada la postura de algunos jóvenes. Como podemos notar, la juventud ya cuando habla de radio se dirige a redes sociales particulares o directamente al streaming.
Mientras algunos expresaron que no o que no sabían directamente si las radios les daban espacio a los jóvenes, la gran mayoría dijo que, si y habló de las nuevas plataformas, redes sociales, sorteos, etc.

¿Crees que la radio es algo anticuado o es algo que sigue presente?
108 respuestas



Llegando a la última parte de la encuesta nos encontramos con que la gran mayoría de los jóvenes cree que la radio sigue presente (79,6%) y otra parte cree que es algo anticuado (20,4%).
Retomamos algunas de las justificaciones de los jóvenes al creer que si sigue viva la radio o ya es algo del pasado:
–"Se sigue usando y sigue siendo relevante porque sigue existiendo gente que creció usando la radio, algo que en un futuro seguro cambiará."
–"Se lograron adaptar a la modernidad".
–"Ya no es muy utilizado por jóvenes, y a medida que pasa el tiempo va quedando más olvidada, ya de por sí quedó anticuada frente a las demás plataformas como YouTube o Spotify".
–"Siguen presente porque son un medio de comunicación muy importante, además de que muchas personas se informan con ella, ya fuese porque les gusta o porque no tienen otro tipo de medio."
–"Sigue presente y más aún, yo creo que al haber más plataformas la radio puede usarlas para complementarse y crecer en oyentes."
–"Si bien hay espacios para jóvenes en la radio, lo cierto es que la mayoría elije cada vez más por catálogo. Spotify, YouTube y Twitch, entre otros, están al alcance instantáneo y la variedad que ofrecen permite que cada uno pueda seleccionar la temática que más le interese en ese momento. Es esto en lo que la radio tradicional quedó <<anticuada>>, aunque se ve una búsqueda cada vez más vehemente en el integrarse a estas nuevas plataformas y demandas."
–"Porque sólo llega a personas adultas. Pero es por la generación ya es algo pasado de moda… Pero como dije con anterioridad, pasa porque no tiene personas de nuestra edad… yo pienso que, con el cambio, los/las jóvenes se sentirían más identificados en ciertas cosas y escucharán más radio."

–"Hoy en día los jóvenes buscan informarse a través de medios más dinámicos que la radio, además, la radio trata temas muy variados y la mayoría de las noticias o los temas que tratan no son de interés. Es por esto que a mi parecer los jóvenes, incluyéndome, nos informamos a través de YouTube o siguiendo canales de noticias en Instagram (información compacta y directa)".
Otro dato que consideramos importante es saber que tipo de radio escuchan los oyentes juveniles. Entonces les fue consultado en el formulario:"¿Cuáles son las emisoras que escuchas? Especifica el programa que elegís."Algunas de las respuestas fueron:
–"La 100 FM, Radio Vida 97.9, ADN Rafaela."
–"Mega FM 98.3."
–"100 o 97.9."
–"En podcast, La Cruda de Migue Granados, Tipo de Jacinta de Oromi."
–"Radio ADN – Radio Vida 97.9."
–"La radio 97 .3 o 97.9 radio cristiana y folclórica."
–"Radio La Red de Buenos Aires (toda la mañana)."
–"Radio María."
–"Mitre, el programa que hace Guido a la mañana (no me acuerdo el nombre), Luzu, el podcast de Migue Granados en Spotify, algún q otro podcast q me interese, música en la 100 o 106.3."
–"Fm 97.9 radio vida."
–"La 100, 97.9."
–"102.7 97.9 96.1".
–"98.7 / Radio Vector (solo cuando voy en el auto) // Antes escuchaba Últimos cartuchos en vórterix y ahora escucho Nadie dice Nada de Luzu, pero a través del podcast y no en vivo."
–"FM Vida".
–"Cadena 3 y la Radio Vida."
–"Radio de Bamba, Radio Nexo 107.1."
–"La vida y la 100."
–"Radio Disney 95.3FM."

Conclusiones

Las transformaciones producidas en los últimos tiempos dentro de la cultura, la economía y la sociedad, y en particular, el trabajo y el conocimiento, más la expansión de las nuevas tecnologías, repercuten en los modos de vida de todos los grupos sociales, especialmente de “la juventud”.
A pesar de las miradas positivas de dos responsables de radios consultadas, las generaciones más jóvenes consumen de forma muy distinta a la gente tradicional los nuevos medios de comunicación. Hoy imperan el podcast, las descargas de Internet y especialmente el streaming y la escucha on line de los contenidos digitales, entre ellos, los programas de radio y la música, que además se comparten y recomiendan a través de las redes sociales.
Desde esta visión pudimos observar y concluir que los jóvenes consultados no escuchan demasiado radiofonía, mientras las entrevistadas Luciana Carignano (FM Nexo) y Abril Barbieri (FM La Voz) afirmaron lo contrario: que los jóvenes cada vez más escuchan radio. Si en nuestra encuesta pudimos dar cuenta que de 108 personas 52 escuchan"a veces", 28 que"’no"oyen y 28 que"sí"escuchan, lo que representa 1 de cada 4 encuestados, mayoritariamente la radio no es muy frecuentada por los jóvenes, porque si no su mayoría votaría que sí.
Entonces podemos decir que la audiencia de la radio viene cayendo, especialmente en los sectores jóvenes de la sociedad. Ya no atrae al público joven, que se vuelca más a contenidos generados en otras plataformas, como Streaming, podcast y mayormente música desde YouTube o Spotify, sino

que escuchan más casualmente desde la radio del auto cuando se trasladan de un lugar a otro, en ese corto tiempo, o de fondo con la notebook, celular u otro artefacto tecnológico. De las 108 personas 39 votaron (el 36%) que escuchan desde la radio del auto, le sigue YouTube con 18 votos, luego las distintas páginas web con 12 votos y 10 personas votaron el aparato tradicional y 8 desde Spotify. Mientras que de las 108 personas que votaron que no escuchan radio, pero si música, 80 votaron Youtube o Spotify, 4 votaron Streaming, 4 programas de música y 5 podcast. Entonces: ¿La radio comenzó a ser desplazada por las nuevas plataformas? ¿El escaso público interactúa con las radios? Esta investigación demuestra que del poco público joven que escucha a veces la radio y los que sí, la mayoría no interactúa: de las 108 personas, 82 (76%) votaron que no. De esta manera concluimos que la radio cada vez es menos escuchada y poco entretenida para los jóvenes, porque los mismos no se sienten atraídos y no interactúan.
Claramente la radio se ha convertido para los jóvenes en esta era tecnológica en algo secundario. A pesar de los cambios producidos en este medio en los últimos años para solventar este problema, pero todavía necesita mejorar más para atraer a aquellos que un futuro próximo deberían ser fieles oyentes. De ellos depende, y mucho, su supervivencia, pero ¿en qué está fallando la radio hoy día para que todavía no termine de atraer a los más jóvenes?
Este medio fue perdiendo fuerza en los más jóvenes, que han visto cómo el poder de internet ya sea por la cantidad de imágenes, la cantidad de diferentes formatos existentes, información reclutada por Google, por acaparar tanta atención como lo hace es que influenció a los jóvenes para que vayan dejando de lado a la radio. ¿De qué manera pueden sumarse los jóvenes a formar parte de la audiencia radial? Una posibilidad sería convocarlos para que produzcan y conduzcan sus programas.
Por otro lado, comprobamos que los jóvenes a pesar de no estar tan pendientes de la radio la valoran. ¿Porque decimos esto? Porque en una de las preguntas dirigida hacia los jóvenes: ¿Crees que la radio es algo anticuado o es algo que sigue presente? De las 108 personas 86 (el 80%) jóvenes tienen una mirada positiva y creen que sigue presente, aunque no para ellos. Pero no podemos negar que 22 personas dijeron que"quedo anticuado".
Otro aporte por parte de las encuestas fue que la mayoría de los jóvenes escuchan radio musical. De las 108 personas, 21 votaron la radio 97.9 (el programa musical: Ronda Vida) y 16 votaron la 100, mientras que los demás dijeron distintas radios. Creemos que esto se debe a que la juventud prefiere escuchar buena música antes que informes, noticieros, política, economía. Este público en particular es adoptado por las radios musicales, pero necesitan aumentar su interacción.
Esta investigación confirma lo investigado por alumnos de esta cátedra en años anteriores: en 2008 encuestaron a 300 personas, siendo los programas más escuchados musicales (47%), informativos (33%) y deportivos (15%). En 2010 los programas musicales eran consumidos por un 95% de los 100 jóvenes universitarios encuestados.
Finalmente concluimos que estamos en un momento en el que la radio obviamente se ha modernizado, introduciendo la posibilidad de oír los programas cuando queramos a través de las distintas plataformas, pero a pesar de ello no ha terminado de convencer al público joven, que todavía prefieren pasar sus horas en internet. De esta manera, opinamos que los jóvenes no tienen la culpa de esta situación, más bien les corresponde a las titulares de las emisoras al no aportar contenido interesante o que propongan alternativas con otras actividades para que esta franja de edad se movilice con más frecuencia por la radio.

Apreciaciones personales
Por :Antonella Imhoff y Candela Muriel

Conjuntamente pudimos deducir que fue un trabajo en el cual pudimos elegir libremente el tema y eso nos permitió trabajar de una manera más tranquila, fue lo necesario para realizar un buen trabajo.
Apreciamos y agradecemos la organización de las fechas de entrega por parte del profesor Emilio Grande, lo que nos permitió trabajar ordenadamente. Por otro lado, destacamos su paciencia y enseñanza para con nosotras.
Verdaderamente, nos llevamos una sorpresa con la respuesta de los jóvenes, lo que nos hizo repensar y valorar a la radio de otra manera. Es decir, agradecemos la oportunidad de esta experiencia porque nos amplió la mirada para con las radios.
Creemos que la radio puede darles mucho más a los jóvenes y lamentamos por aquellas emisoras que todavía no se adaptan a las nuevas tecnologías, porque en cada joven hay mucha potencia por la cual todos los medios deberían velar. De todas maneras, a través de esta investigación determinamos que las radios son fuente de compañía y entretenimiento, sea cual sea el tipo que predomine.
Durante la investigación pudimos encontrarnos como comunicadoras y el rol de cada una, ello nos sirvió para saber sobre que nos gustaría trabajar y sobre qué no, con lo cual estamos muy agradecidas.
También fue de mucha riqueza para nosotras poder crear contactos con radios de Rafaela porque nos sirvió para tener una mayor amplitud y conocimiento radiofónico. Mientras que la realidad de los jóvenes siempre nos movilizó y creó en nosotras ilusiones, es decir varios de ellos trajeron la verdad y eso nos ayudó abrir la mente y pensar nuevos horizontes a la hora de observar la radio y las nuevas plataformas.
Finalmente, queremos que este trabajo nos ayude con las demás investigaciones y tenga un buen uso en el periodismo, especialmente local, para la sociedad y de esta manera seguir aportando más verdades.

Bibliografía

Henry Jenkins: "La Cultura de la Convergencia de los Medios de Comunicación", 2006.
Mariano Cebrián Herreros: "La Radio en Internet: de la ciberradio a las redes sociales y la radio móvil", 2008.
Miguel Ángel Ortiz Sobrino; Nereida López Vidales: "Radio 3.0. Una nueva radio para una nueva era", 2011.
Pierre Lévy: "Inteligencia colectiva”, 2004.
Nicholas Negropronte: "El mundo digital", 1995.
Sola Pool: "Tecnologías de la libertad", 1983.
Natalí Depámbola, Lisandro Oregioni y Maximiliano Volpato: “Perfil de la audiencia radial en Rafaela”, Periodismo radiofónico, UCSE DAR, 2008.
Anabella Bettello: “El consumo on-line de la radio por los universitarios de Rafaela”, Periodismo radiofónico, UCSE DAR, 2010.

Anexo
Preguntas para los referentes de las radios elegidas:
¿Cuáles son las características de su radio: informativa, musical, de entretenimiento, de política, etc? ¿Qué hacen para que sea una radio de ese estilo?
¿Con qué público tiene más contacto su radio: gente mayor, adulta, jóvenes, niños?
¿Unos de los objetivos de la radio es llegar a los jóvenes? Si lo es, ¿de qué manera?

¿Consideran que es una radio que se actualiza a las nuevas plataformas tecnológicas? ¿De qué manera?
¿Utilizan a las redes para contactarse con los jóvenes? ¿Cómo es su interacción, que formas tiene?
¿Qué redes sociales utilizan?
¿Qué respuestas reciben de parte de los jóvenes? ¿Creen tener un público joven activo?
¿Piensan que los jóvenes siguen escuchando la radio en este siglo?
¿Cómo creen que puede mejorar la comunicación e interacción entre las nuevas generaciones y la radio? ¿Consideran que su radio se reinventa para llegar a este público o no es algo a lo que le prestan atención?

Luego, en una encuesta (formulario de Google) hicimos preguntas para los jóvenes. El cuestionario se distribuyó por diversas cuentas de Imstagram y también fue difundido entre alumnos de la Universidad Católica de Santiago del Estero.

Encuesta para los jóvenes:
¿Escuchas radio?
¿Desde qué plataforma?
En caso de que no escuches radio, ¿Qué es lo que escuchas frecuentemente?
¿Cuáles son las emisoras que escuchas? Especifica el programa que elegís.
¿Interactúas con la radio? ¿De qué manera?
¿Crees que las radios les dan espacio a los jóvenes?
¿Crees que la radio es algo anticuado o que sigue presente?

Entrevistas realizadas

Lucas Schiavi (Radio ADN)
Vía WhatsApp nos comunicamos con Lucas Schiavi que nos habló acerca de la Radio ADN FM 97.9. Poniéndonos en contexto sobre que radio es dijo que"la característica de esta es de información general con notas políticas". Donde contiene noticieros cada media hora de noticias locales, nacionales, internacionales."Se produce el programa buscando a los entrevistados y organización del programa".
En relación con el público especificó que por la mañana predomina"un público general"y por la tarde bajan la señal de la ronda vida, es una red de emisoras que retransmiten parcialmente la señal de FM Vida, el mismo dial 97.9, en este caso explicaba Schiavi que existe un público más joven. Por otro lado, explicó que"el objetivo de la radio es llegar a todo grupo de gente".
Como estrategia para seguir con el ritmo de las redes sociales, Lucas contó que consideran importante sumar personas capacitadas en redes sociales y páginas webs, confiando que eso ayuda a crecer a la radio.
En Radio ADN, Schiavi confirmó que las redes sociales que más utilizan son Instagram, Facebook y Twitter. Otra afirmación fue que a través de ellas interactúan con todo el público con sorteos y consignas. También explicó que mucha gente participa y opina. Específicamente hablando de la audiencia joven, consideran que es un público muy activo.
Finalizó diciendo:"Creemos que los jóvenes en este siglo escuchan radio por la música, para disfrutar, más que la información o las notas políticas".

Luciana Carignano (FM Nexo)

Por otro lado, nos contactamos con Luciana Carignano representante de Radio FM Nexo 107.1 donde nos compartía que se trata de una radio de"entretenimiento y musical. No política. No religión. No malas noticias."Además, explicó que para lograr el estilo mencionado interactúan con los oyentes a través de varios sorteos.
Según Carignano, FM Nexo trabaja con todo tipo de público, incluyendo a niños, adultos y jóvenes. Llegan de una manera espacial a los jóvenes por medio de las redes sociales. Utilizan Instagram, Twitter y streaming, pronto estarán en vivo desde la TV.
"Somos una radio diferente, nos actualizamos día a día", expresó en uno de sus mensajes Luciana Carignano. La misma aclaró que los jóvenes se suman positivamente a las propuestas en las redes sociales y que se mantienen activos.
"Creemos que los jóvenes cada vez escuchan más radio", contestó Luciana. ”Somos una radio joven con toda la intención de llegar en cada tema que tocamos, en llegar desde los niños a los más adultos", concluyó la locutora.

Lucas Schiavi (Radio MQC)
Mientras tanto, seguimos la conversación con Lucas Schiavi, quien es el nuevo responsable hace más de dos años de la radio MQC FM 106.3.
Lo que caracteriza a MQC, es que, pasan solamente música, sin cortes. Se dedican a los clásicos de rock y pop, no pasan reggaetón.
"Si se tiene muchísima más llegada al público joven", dijo Lucas. Lo comprueban porque la gente se los comenta a través de los comercios con los que trabajan."Hoy nos enteramos solamente por la boca en boca". Explicó que la emisora está todo el día reproduciéndose en diversos locales.
Años anteriores utilizaban Twitter, Instagram y Facebook, pero hoy en día no utilizan las redes sociales. Su mayor interacción con el público es personalmente y por lo que se dice en la calle.

Abril Barbieri (Radio"La Voz"- radio de Bamba)
Por último, nos contactamos con Abril Barbieri, encargada de Radio La Voz FM 100.9. La misma nos informó, que la radio tiene como característica ser musical y de entretenimiento, con intención de informar noticias subliminalmente.
"Tratamos de informarle a la gente lo que pasa día a día, informarlos de una manera entretenida, para que el programa no sea tan pesado", explicó Barbieri. Y aclaró:"Hablamos de todos los temas, obviamente, sin perder la esencia del entretenimiento, de lo musical".
Abril compartió que la radio no tiene un público específico, que es bastante variado."Por lo general la gente adulta nos escucha a la mañana cuando están trabajando, los niños los fines de semana o cuando entran o salen de la escuela y los mayores siempre nos cuentan lo que están haciendo".
Una de las frases que dijo Barbieri:"Estamos muy conectados con la gente". Remarcó que el objetivo es llegar a toda la gente, y que en eso los jóvenes sobresalen porque traen esas ocurrencias, nuevos pensamientos que enriquecen a la radio."Los jóvenes le dan el toque a la radio"dijo la encargada de la radio La Voz.
En relación con los nuevos artefactos tecnológicos, Radio La Voz se actualiza constantemente. Barbieri fundamentó su respuesta diciendo que obligatoriamente buscan nuevos recursos tecnológicos para llegar más lejos. Las últimas adquisiciones de equipos de música, micrófonos, consolas y auriculares fueron comprados en Italia.
"Las redes sociales son la verdad que todos conocemos, hoy en día son fundamentales para promocionar un negocio, un emprendimiento", dijo Abril Barbieri. Radio La Voz trabaja en equipo con las redes sociales Instagram, Facebook" y fundamentalmente WhatsApp", donde hacen muchas

preguntas y la gente les responde, mientras que reciben varios mensajes, asegura la locutora. También aclaró que toman como red social su página web.
De esta manera, Barbieri expone la relación de los jóvenes y Radio La Voz: "Parecería raro, pero con todas las aplicaciones nuevas que hay de YouTube, Spotify y demás, parecería que la radio es la última opción para los jóvenes, pero en nuestro caso no. Nos damos cuenta de que escuchan e interactúan mucho con la radio cuando no solo cuando nos piden los temas que quieren escuchar, sino también cuando necesitan un anuncio de trabajo o de un nuevo hogar. Es un mito que los jóvenes ya no escuchan radio, en nuestro caso, nos siguen mucho".
Finalmente, Abril compartía que para no perder el público joven, están constantemente atentos a ellos, haciendo juegos, sorteos."Estamos siempre ahí peleándola para no perder a este público tan importante, como los jóvenes".

Encuestas jóvenes
¿Cuáles son las emisoras que escuchas? Especifica el programa que elegís.

97.9
La 100
Luzu tv.
97.3
97.9
No escucho.
Spotify.
Ninguna.
No escucho radio.
La 100
La 100 o los 40.
Radio vida o radio point.
Ninguna.
96.1 FM.
96.1 radio Boing todo el día.
Luzu Tv (REDFLAG).
En la radio en el auto, no elijo programas, simplemente pongo la 97.9 o 91.6 porque sé que me puede llegar a gustar lo que pasan. En Spotify escucho podcast de entrevistas o informativos mayormente, La cruda, Caja negra.
Emisora 107.3, solo pasan música emisora de Susana.
102.7(creo)
Urbana Play – Vorterix – Luzu TV.
YouTube – Spotify.
Cadena 3, Mitre.
FM Vida de Rosario.
Mega 98.3
Radio vida, otras.
96.3 97.9
La cruda (migue granados)
Radio Rafaela Zanoni.
96.1
FM100.
Nadie dice nada.
Spotify o YouTube.
ADN Rafaela, 97.9
Urbana Play. Perros de la Calle.

96.1, 97.9, 97.3
MQC radio 106.3
97.3 97.9
98.7 / Radio Vector (solo cuando voy en el auto) // Antes escuchaba Últimos cartuchos en vórterix y ahora escucho Nadie dice Nada de Luzu, pero a través del podcast y no en vivo.
FM Vida.
Nadie dice nada por YouTube. y en el auto la 96.1, 97.9 y 97.3
96.10
Escucho en Spotify o YouTube, en la radio voy pasando hasta que encuentre una canción que me guste.
A veces escucho la 100 de Bs As porque la ponen en el auto.
Fm ADN 97.9
Podcast en Spotify.
Cualquiera que tenga música
StreamBeats – Lofi. Por Spotify.
102.7 97.9 96.1
Emisoras que pasen solo música.
ADN.
Spotify, videos en Youtube.
Cadena 3, radio vida.
Nadie dice nada.
100- el programa que este en el momento. Luzu tv – Antes que nadie. 104.3 -Perros de la calle.
Pop.
Ninguna.
Radio María.
Radio One.
96.10 en el auto, en cualquier momento del día. 107.7 por la mañana.
97.9 96.1 100.7
92.3 radio norte.
Radio La Red de Buenos Aires (toda la mañana).
La 100, 97.9
La radio 97 .3 o 97.9 radio cristiana y folclórica.
La 100/ El club del Moro.
La 100 (102.7 FM) y la MQC (106.3)
Fm 97.9 radio vida.
No tengo una específica.
la 100, luzu tv.
Mitre, el programa que hace Guido a la mañana (no me acuerdo el nombre), Luzu, el podcast de Migue Granados en Spotify, algún q otro podcast q me interese, música en la 100 o 106.3.
Escucho las radios en vivo que transmiten por YouTube… ejemplo, perros de la calle.
Radio Blue 105.1
Nadie dice nada
Cadena 3 y la Radio vida.
Radio ADN – Radio Vida 97.9
En podcast, La Cruda de Migue Granados, Tipo de Jacinta de Oromi.
Radio Disney 95.3FM
96.1/102.7
Urbana play 104.3 y el programa es “Perros de la Calle”. Por otro lado, escucho Radio María.

Los programas de Luzu TV y streamings de Lucas Rodriguez.
88.7 – 97.9
Radio Mocoví.
La 100 fm, Radio Vida 97.9 , ADN Rafaela.
MEGA FM 98.3
100 o 97.9
Radio de Bamba, Radio Nexo 107.1.
FM 105.0.
96.1 – luz tv.
FM 106.7
Radio vida.
La vida y la 100.

¿Crees que las radios les dan espacio a los jóvenes? Fundamenta y explica por qué.

Desconozco, no escucho radio.
Sí, todo el tiempo y más por redes sociales.
Si, depende la radio.
Creo que sí. Comparten música de moda.
Sí, porque son una manera de hacerse oír a quien esté dispuesto a hablar.
No todas las radios, pero ahora en la actualidad se están empezando a encontrar radios para jóvenes, donde si pueden interactuar.
Si, en YouTube principalmente.
Si totalmente. Te dejan participar saliendo al aire o leyendo algún que otro comentario.
En Rafaela sí. Conozco a varias personas jóvenes que trabajan en radios locales, y se ocupan de hacer periodismo o hacer del que habla en la radio.
No sé si le dan el espacio. Porque si les dan no los escucho, sólo prendo cuando viajó en auto y siempre que escucho radio, puedo escuchar a personas adultas de más de 35. Pero de ser que no le den el espacio, deberían de darle para que no se pierda y de ese modo llegue a personas de nuestra edad, jóvenes.
Hay radios que les dan lugar a los jóvenes, pero no sé qué tanto alcance tienen.
Sí, totalmente. El formato streaming que adquieren las radios lo permite y facilita aún más. Desde el formato radio/aparato a como conocemos las radios hoy, se le dio participación. Pero hoy en día es mucho más fácil y dinámico. Por suerte.
Videos, audios, fotos, todo en un segundo y si pasa el filtro sale en vivo al instante.
Sí, dan lugar a temas que quizás los jóvenes no hablamos o son tabú.
Creo que hay programas de gran variedad y que son para todas las edades, aunque me parece que suelen estar dirigidos a un público diferente ya que son los que más escuchan radio.
Llega un punto dónde informar todo lo malo pasa a ser básico y aburrido, más de lo mismo. A estas alturas uno quiere reírse escuchando radio, de lo contrario que sea solo música.
Sí. Crean espacios como enviar mensajes, audios y sorteos.
Sí, porque permiten la expresión de cada uno de ellos.
Sí, porque siempre se escuchan mensajes de voz de jóvenes.
Depende del joven. El espacio si está.
Si y no a la vez ya que a veces no se logra conectar con la juventud.
Sí, porque les permiten tener espacios donde expresarse, debatir, reflexionar.
Sí, pero son los jóvenes los que no están interesados en interactuar.
Para visualizar y hablar de temas que son de jóvenes o no solo noticias malas.
Sí, ya que interactúan con ellos de muchas maneras. Y no solo a los jóvenes, sino que a cualquier tipo de persona

Yo creo que sí, tanto para los jóvenes y gente grande, hay emisoras específicamente transmiten música según la época de las personas y van a pasar cierto género, entonces por eso creo todos tienen su espacio.
La radio tradicional no tanto.
Creo que muy pocas radios les dan espacio a los jóvenes, porque los temas que tratan muchas veces no le interesan al público joven.
A veces.
La verdad que no le prestó atención.
¡Sí! A mí me llamaron de varios programas.
Sí, cuando por ejemplo hacen debates y leen opiniones recibidas desde WhatsApp o SMS.
Cada vez noto más iniciativa por parte de los jóvenes en crear espacios para ser escuchados, más que nada a través de plataformas de streaming. Considero que el hecho de que ellos no tengan tanto espacio en medios tradicionales fue lo que condujo al auge de estas plataformas.
Los medios son para comunicar, las radios están quedando “viejas” y tal vez la radio no sea el medio ideal para trasmitir mensajes de jóvenes para jóvenes. Dicho esto, considero que, si se da espacio, pero que no se utiliza debido a la existencia de medios más actuales.
Creo que depende la radio y el tipo de contenido que se haga, por ejemplo, en"Nadie Dice Nada"es una “radio” o algo parecido y trata temas y cuestiones que re dan para que los jóvenes opinen.
Sí, ya que hablan de temas actuales.
Sí, porque hay radios que hacen contenido especialmente para jóvenes, es una forma de que esta generación no pierda el contacto con la radio.
Sí, la mayoría de la música que se reproduce es la que escuchan los jóvenes
La verdad no sé.
Si para poder expresarse.
Si para elegir la música.
Depende a quien, si tienen algún tipo de relevancia sí, sí es alguien que recién quiere arrancar a hacer lo que sea que haga no.
Las emisoras dan espacio a los jóvenes cuando estos traen a colación temas que se adapten a los intereses de la emisora en cuestión. Por ejemplo, ciertas emisoras aceptan con facilidad a los jóvenes cuando éstos van a hablar de cuestiones políticas del momento, como criticar a algún partido político. Pero cuando se tratan de temáticas que no atraen a muchos oyentes, como la salud mental de los jóvenes, considero que las emisoras no suelen aceptar tan fácilmente su tratamiento.
Yo creo que si porque en las radios cuando se hablan de distintos temas dan la oportunidad a que la gente (pueden ser jóvenes) a que den su opinión o hablen del tema.
En algunas radios sí.
Creo que no porque hasta donde sé, no es muy común ver a jóvenes apareciendo en la radio.
No he visto ni escuchado nada así que no podría emitir opinión.
Depende el programa, si apuntan a los jóvenes si, tienen su espacio, entrevistas, por lo general los que la manejan también son chicos jóvenes, interactúan ya sea mensajes o más que nada redes sociales.
Depende qué radios, hay algunas que sí y otras que no. Pero creo que la mayoría no les da mucho espacio a los jóvenes de hoy en día.
Dependiendo la finalidad del programa creo que se les brinda espacio a los jóvenes.
Actualmente dan más espacio a los jóvenes mediante WhatsApp.
Podría ser que sí, porque podes mandar mensajes e interactuar.
Muy poco, no tanto.

No es algo que se difunda mucho porque cuesta a que los jóvenes usen ese tipo de medio de comunicación. Hoy todas las noticias que vemos son publicadas en portales y sitios oficiales o en sus respectivas redes sociales.
Creo que ahora más que antes, hay espacios de debate, charla, micros, se copan bastante con los sorteos. Hay un formato nuevo de radio que transmite en Twitch y YouTube. El formato es de una radio, pero se transmite como audiovisual. Lo recomiendo.
Poco.
Para mí si se da espacio para los jóvenes, sólo es encontrar las radios que tengan temas según el interés de cada uno.
Sí. Las emisoras que escuchan trabajan jóvenes y me identifico con el contenido y me acompañan cuando estoy sola ya sea en trabajo o en tiempo libre.
Sí.
Sí, a través de consignas del día tratando temas específicos o pidiendo temas musicales.
Creo que son potencialmente un espacio para los jóvenes, pero actualmente no creo que se esté brindando ese espacio, porque por más que existan programas orientados a estos públicos (muy pocos), desconozco si existen programas hechos por y para jóvenes en la ciudad de Rafaela.
Yo creo que la radio si les da espacio a los jóvenes, solo que los mismos no optamos por utilizarlos ya que estamos más enfocados en otras redes como Twitter, Instagram etc.
Sí, porque hacen trivias (juegos) de artistas actuales y ofrecen premios relacionados a ellos.
Sí, porque tengo varios conocidos que están en radios Rafaelinas.
No sé.
No, porque la mayoría son mayores.
Creo que actualmente las radios más escuchadas por los jóvenes son precisamente de jóvenes, nos sentimos identificados con mucho de lo que hablan y por ende nos atrae la escucha.
Las tradicionales no. Las nuevas por streaming si, tienen más llegada a público joven.
Creo que ahora se le está abriendo un espacio joven en cualquier radio, está bueno ver cómo se van manejando los jóvenes a través de los medios de comunicación.
Sí, sobre todo las menos conocidas. Les dan espacio a jóvenes artistas.
Son espacios en donde uno puede ir a mostrar lo que hace, donde se pueden mostrar cosas y también espacios de promoción.
La verdad que no tengo idea, porque no es algo que consuma.
Si, son las que más interactúan quizás.
No sé si en todas, pero al menos en Radio ADN escucho y conozco varios jóvenes que participan ya sea en producción, locución u operación.
Dependiendo la radio. Programas más actuales sí, creo que los programas tradicionales que ya tienen “piso” no les importa mucho. En cambio, productores y conductores que fueron surgiendo en estos últimos años, considero que, si dan el espacio de una manera respetuosa, buscando el diálogo sin la necesidad de menospreciar.
Sí, ya que hoy la radio es un medio de comunicación al que los jóvenes pueden llegar más fácilmente y así poder llegar a más personas ya sea para informar, fomentar o impulsar.
Sí, muchas veces se abren debates de los cuales los jóvenes participan si se encuentran a gusto con la temática.
Creo que sí le dan algunas que trabajan con todas las plataformas, pero que otras solamente se quedan con la llamada y no piensan que los jóvenes interactúan con las redes.
Sí, creo que las radios de ahora dejan que los jóvenes puedan expresarse libremente y decir sus opiniones sin tener que ser políticamente correctos como lo son en las radios tradicionales.

Sí.
No lo veo mucho, la mayoría fe los jóvenes no escuchan radio.
No estoy informado.
Sí, claramente para poder expresar comentarios, participar de opiniones, etc.
No creo, pero a veces los mismos jóvenes no tienen la iniciativa.
Sí, crean espacios para que varios jóvenes cuenten proyectos propios, como emprendimientos y con relación a la música.
Sí.
No escucho la radio.
Algunas si, escucho poco, pero he escuchado algunos jóvenes
Creo que sí, en la actualidad es más frecuente ver a los jóvenes participar, incluso interactuar en las radios.
Sí. En mi caso me han dado el espacio para cantar y contar mi historia con la música y así con muchos artistas locales.
FM Nexo, Porque requieren de público, y el adolescente es uno de los más fáciles de llegar ya que hay variedad de caminos para lograrlo en la actualidad.
Considero que esta experiencia muto hacía otras plataformas como Spotify con la aparición de los Podcast e incluso Tiktok donde van relatando experiencias que ayudan a los espectadores o los entretienen.
Este asunto depende mucho de estilo de la misma emisora, si esta tiene un ambiente más “tradicional” por así decirlo, los jóvenes perderían el interés, lo que convertiría a la radio en un programa para adultos y ancianos. En conclusión, este tema depende completamente de la “finalidad” de la emisora.
Los formatos en streaming sí.
No, creo que se preocupan más en pasar música que interactuar.

Fundamenta tu respuesta anterior

Se sigue usando y sigue siendo relevante porque sigue existiendo gente que creció usando la radio, algo que en un futuro seguro cambiara.
Muchos jóvenes participan.
Porque hablan sobre temas interesantes, dan lugar al oyente, hablan de cosas actuales.
Se lograron adaptar a la modernidad.
Sobre todo, por las nuevas plataformas para escuchar música.
Ya no es muy utilizado por jóvenes, y a medida que pasa el tiempo va quedando más olvidada, ya de por sí quedó anticuada frente a las demás plataformas como YouTube o Spotify.
Siguen presente porque son un medio de comunicación muy importante, además de que muchas personas se informan con ella, ya fuese porque les gusta o porque no tienen otro tipo de medio.
Algunas radios lograron actualizase y conectar con mi generación, amigas y conocidas consumimos programas de radio frecuentemente.
Sigue presente y más aún, yo creo que al haber más plataformas la radio puede usarlas para complementarse y crecer en oyentes.
Si bien hay espacios para jóvenes en la radio, lo cierto es que la mayoría elije cada vez más por catálogo. Spotify, YouTube y Twitch, entre otros, están al alcance instantáneo y la variedad que ofrecen permite que cada uno pueda seleccionar la temática que más le interese en ese momento. Es esto en lo que la radio tradicional quedó “anticuada”, aunque se ve una búsqueda cada vez más vehemente en el integrarse a estas nuevas plataformas y demandas.
Porque sólo llega a personas adultas. Pero es por la generación ya es algo pasado de moda. Pero como dije con anterioridad, pasa porque no tiene personas de nuestra edad,

pienso que, con el cambio, los/las jóvenes se sentirían más identificados en ciertas cosas y escucharán más radio.
Sigue presente, pero no está muy presente.
Supo adaptarse al formato streaming. Es muy poco el porcentaje que escucha radio como lo hacían nuestros abuelos.
Cada vez se utilizan más radios para jóvenes.
Aunque no se encuentra presente para mí personalmente, creo que todavía sigue siendo de gran utilidad para muchos y que, debido a que se facilita en algunos casos, como viajes, es una herramienta de utilidad.
El componente humano atrás de la radio la hace permanecer vigente. Las personas siguen usándola para “acompañar” sus momentos de trabajo y/o estudio.
Desde mi punto de vista sigue presente, me gusta escuchar a otra gente interactuar y además es informativa, tiene mucho valor y es un recurso cuando me canso de escuchar por YouTube.
Creo que todos en algún momento del día escuchamos un poco de radio. Ya sé por la música o para informarte de algo.
El espacio está. Es importante el tema y modo.
Siempre será una manera más de informarse.
Sigue presente, pero se fue actualizando. Hoy en día no es necesario tener una radio tradicional para poder escuchar.
Hoy en día los jóvenes buscan informarse a través de medios más dinámicos que la radio, además, la radio trata temas muy variados y la mayoría de las noticias o los temas que tratan no son de interés. Es por esto por lo que a mi parecer los jóvenes, incluyéndome, nos informamos a través de YouTube o siguiendo canales de noticias en Instagram (información compacta y directa).
Sigue presente.
Una radio del futuro es lo que hoy vivimos como streaming o con radio de música cambio, pero sigue estando.
La radio se fue actualizando junto con lo que les gustaba a los jóvenes de manera que interactúan con los mismos a la hora de pedir canciones para escuchar. De hablar con ellos sobre cómo esta su día, sobre como disfrutaron el fin de semana entre otras cosas.
Sigue presente, ya que en el momento que viajas, realizas un trabajo, la radio es una herramienta grande para escuchar música o noticias, que mayormente en los pueblos se utiliza muchos para informarse.
Creo que la radio es algo que sigue presente, pero que lentamente está quedando anticuado. Las nuevas plataformas tecnológicas están desplazando la verdadera radio. Por ejemplo, los streaming, programas por YouTube.
Yo escucho la radio cada vez que me subo al auto. Así me entero de algunas noticias.
Porque cada vez hay más programas y frecuencias.
Sigue presente en las mañanas, para informarte sobre lo que pasa en la ciudad/ provincia o país.
Creo que la radio mutó y se transformó en contenido multimedia, transmitido por medio de plataformas como Twitch o YouTube, pero no considero que haya quedado atrás. Siguen existiendo emisoras, locutores y programas, solo que con lógicas que se adaptan a los tiempos actuales.
Creo que la gente hoy en día se lleva más por lo visual, la imagen.
Sigue presente por las redes sociales.
Yo creo que capaz se escucha menos radio que antes, pero sigue presente, hay nuevas formas de hacer radio y por diferentes plataformas.
Sigue presente, ya que, la radio que escucho está dirigida por jóvenes.
Hay que modernizarlo para que llame la atención de jóvenes.

Todos escuchan música diferente, ahora es más común reproducir la canciones de tu preferencia en los dispositivos, en cambio en la radio no podes elegir, además de que muchas de las emisoras interrumpen la canción a la mitad para hablar o leer comentarios y es molesto, así que yo en lo personal intento evitarlo.
Para mí los podcasts y otros medios de audio las reemplazaron. Siento que al ser en vivo a veces cuesta más que la gente la escuche. En cambio, los programas grabados son más fáciles porque uno los escucha cuando tiene tiempo y elige el tema sobre el que quiere escuchar. En la radio me parece que eso es un poco más limitado porque depende de los conductores.
Porque en la radio podes encontrar cualquier información y muy relevante.
Se sigue escuchando.
Varias personas lo siguen escuchando para informarse.
Siempre hay algo que nos interese, por suerte.
La era digital ha dejado anticuados numerosos medios de comunicación debido a que las tecnologías digitales aportan mayor comodidad y practicidad al usuario. El usuario decide qué escuchar y en qué momento, teniendo la posibilidad de repetirlo. Sin embargo, esto no quiere decir que medios de comunicación como la radio desaparezcan o pierdan importancia, sino que su soporte material y su formato de emisión queda anticuado, debido a la existencia de un sustituto digital. Así como los diarios en papel fueron desplazados por los portales digitales, la radio se ve desplazada por los podcasts, canales de streaming, etc.
Si yo creo que sigue presente porque si las radios no tendrían seguimiento de las personas hubiera desaparecido.
Quedo anticuado porque al haber tantas plataformas para escuchar música y otros lugares para informarse, quedo viejo.
Considero que es algo anticuado ya que los jóvenes, y también muchos adultos, no tienen a la radio en su lista de medios a los que recurren por información/entretenimiento, sino que prefieren acudir a otros.
Es algo que sigue.
La radio no ha quedado obsoleta del todo, llega a lugares donde ni el internet muchas veces llega, mantiene informado a la gente de mayor edad que no tienen relación con la tecnología, dan información más certera que muchos canales de noticias, es una pieza importante de la sociedad.
En mi entorno todavía hay gente que sigue escuchando la radio y forma parte de su día a día. Por ello puse la respuesta anterior, pero creo que es un poco de las 2, sigue presente en algunas personas, pero a la vez quedó anticuado para la gente que no está acostumbrada a escuchar radio y prefiere otras plataformas.
Consumo programas de radios donde los conductores son personas jóvenes. Si sigue presente.
Está presente pero salieron podcast en vivos o programas de radio a través de streaming que están ganado más terreno.
Por más que actualmente se usen otros medios para poder escuchar música o interactuar, hoy en día la radio sigue siendo algo vigente y que sigue funcionando para bastantes personas.
Sigue siendo un medio masivo de comunicación importante que está cerca del oyente.
En la ciudad es tanta la oferta de emisoras, que la gente prefiere escuchar una lista de música propia o ver las redes sociales para informarse, sin anuncios ni religión de por medio, y evitarse la triste realidad de las noticias que son en su mayoría motivo de desgano y malestar. ¡Al igual que la tv, pasó de moda!
Sigue presente, pero es algo que usan más los adultos.
Sobre todo, en el auto o en el colectivo, pero creo que es algo que sigue presente, una tradición y una compañía.

Yo no escucho, pero veo que muchas personas sí, por eso creo que sigue presente.
Sigue presente porque te aporta compañía, si te interesa el tema podes interactuar con el conductor del programa, la gente se siente escuchada.
Lo que importa es el contenido de lo que comunican.
Si bien se siguen escuchando yo no es lo mismo de antes hoy tenés la música y noticias mucho más facilitadas.
Me permite mantenerme actualizado y es un buen medio de comunicación sobre todo cuando estás trabajando.
Las radios siguen siendo un medio de comunicación que transmite ideas y genera realidades, y con la llegada del streaming y las nuevas formas de escuchar y producir radio, ha ido mutando para seguir estando presente.
En mi opinión yo destacó que si se sigue presente la radio, por ejemplo, en lugares como las tiendas, andando auto, albañiles trabajando, escuchando el partido, trabajadores de la estación de servicio siempre vallas donde vallas vas a estar escuchando. Aunque yo no escucho con frecuencia son los lugares donde siempre tengo presente el escuchar de la radio.
Sigue presente porque se adaptó a las plataformas actuales.
Para mí no es que quedó anticuado porque sigue teniendo mucha presencia, pero si es verdad que hoy en día al haber tantas otras opciones para escuchar música los programas tipo podcast hacen que la radio tenga mucha más competencia.
La verdad, no sé.
Porque hoy en día hay muchas formas o plataformas para escuchar música
en todos lados se escucha la radio, quizás Spotify y otras plataformas le ganaron más terreno pero la radio es la confiable cuando no tenés wifi.
Sigue presente porque es una manera de acompañar a las personas a través del sentido del oído, y no la visión. Mientras manejas, caminas, vas en bici, trabajas, etc.
Sigue presente, los más grandes la siguen escuchando, siguen interactuando.
A través de su diversificación de canales, logró mantenerse en pie.
Sigue presente y en diferentes formatos. Evolucionó y ahora se pueden ver a los locutores en vivo, se puede participar, se invita a los jóvenes para romper con el estereotipo de que escuchar radio es solamente para gente adulta.
Sigue presente, aunque yo no lo consuma, ya que hay muchas formas de poder escuchar la radio, ya sea en internet, el celular.
Es buena compañía.
Quedó anticuado porque últimamente tenemos plataformas más accesibles para obtener música o noticias (redes sociales sobre todo) del modo que queremos cuando queremos.
Creo que el formato de la radio sigue presente pero que se fue transformando.
Considero que también, al haber una mayor apertura en los medios de expresión, en este caso la radio se fue moldeando y encontrando espacios que antes no tenía. Por ejemplo, en Luzu tv, programas como antes que nadie o nadie dice nada, no son como las radios tradicionales, pero de alguna manera se pueden categorizar dentro de una radio.
Sí, es presente ya que muchos de los jóvenes tenemos a nuestros tutores o padres que aún frecuentan escuchar la radio y más de una vez nosotros prestamos atención a lo que dicen.
La radio es un medio de comunicación, es lo primero que algunos escuchan diariamente ya sea con música o para informarse, desde mi punto de vista es de más fácil acceso que a un medio de comunicación de la televisión.
Todavía existen las radios, pero lentamente es algo que está siendo desplazado por las nuevas plataformas tecnológicas.
Creo que hoy en día es mucho más accesible escuchar un podcast ya que lo podés atrasar, adelantar y pausar cuando quieras. Personalmente, la radio no me ofrece

entretenimiento. Prefiero escuchar música de las playlists que creé, o algún podcast sobre un tema interesante.
Creo que la radio siempre va a estar presente, en distintas formas como streaming o en la de los autos, pero siempre va a haber una radio para escuchar.
La radio se reinvento y posiciono en plataformas actuales, lo que mantiene su vigencia.
La gente grande todavía escucha.
Prefiero escuchar música de Spotify
¡Sigue presente y siempre seguirá ya que fue el paso a la comunicación! Siempre va a haber alguien que se deleite con las novedades, música que transmitan. Si la radio desaparece, estaremos en problemas.
Sigue presente porque sigue siendo un entretenimiento.
A pesar de que la comunicación en radio se haya trasladado a otros medios de comunicación, la radio sigue estando presente en varios hogares.
Prefiero escuchar las canciones por mi cuenta, sin anuncios, interrupciones, etc.
Sigue presente en pocos lados, pero para mí es algo que siempre está, es práctico.
El formato tradicional puede que haya quedado anticuado, pero hay medios que supieron incorporar elementos actuales y pudieron adaptarse a la forma en que la gente consume hoy en día. Esos son los que siguen en pie, o con más relevancia
Es algo que sigue presente porque se fue adaptando a la época e incorporando medios para transmitir. La mayoría de las radios cuentan con sus redes sociales, y eso hace que se acerquen a las generaciones más jóvenes.
Porque la radio fue reemplazada de alguna manera, y más allá de que lo más similar a la radio ahora son los podcasts, las personas buscan información en el tiempo que quieran, cuando quieran y del modo en que quieran ver esas novedades. Quedo anticuado.
Los programas que brindan una novedosa programación, y ayornada a los tiempos que corren, ayudan a que los programas radiales sigan vigentes.
La radio ya no es lo que se conocía, ahora se opta por hacer uso de ella mediante el streaming. Sentirnos acompañados mientras observamos que ocurre detrás.
En mi opinión es anticuado, pero debo admitir que hay muchos jóvenes que aún mantienen un gran interés en los programas de radio, a tal punto de que hay varias emisoras ambientadas a temáticas juveniles.